LES FRANÇAIS ET LE MÉTAVERS

Publication Ipsos UX
Février 2022



VISIT…

LANZAROTE
Caliente.COM

Mentions sur les réseaux sociaux et medias du #métavers ou #metaverse

109 282 mentions

ces deux dernières années



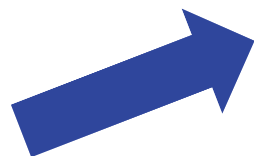
« Je trouve ça complètement incroyable ! D'ici peu il y aura plein de "Metavers" différents et chacun vendra ses propres parcelles de terrain virtuel. » (Twitter, 12/2021)

**Volumes de conversations collectées en France par Ipsos SIA et Synthesio, du 14/02/2020 au 14/02/2022, sur les médias, les plateformes sociales et les forums*

Nombre de français ayant déjà entendu parler du “métavers”

29 Novembre 2021
Base=1000

25%
oui j’en ai entendu parlé



14 Janvier 2022
Base=1000

39%
oui j’en ai entendu parlé

18%
savent exactement ce que c’est





28 Janvier 2022
Base=1001

40%
oui j’en ai entendu parlé

20%
savent exactement ce que c’est

16,7%
sont concrètement allés sur une plateforme Métavers

Source omnibus Ipsos Digital 26 Nov 2021 (base 1000), 14 Jan 2022 (base 1000) et 28 Jan 2022 (base 1001), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.

Ipsos

Profil des connaisseurs du Métavers

Sur les 20%

qui savent exactement ce qu'est un Métavers

69,3% **sont des hommes**

30,7% sont des femmes

27,3% **ont entre 16 et 24 ans**

27,8% **ont entre 25 et 34 ans**

17,6% ont entre 35 et 44 ans

13,7% ont entre 45 et 54 ans

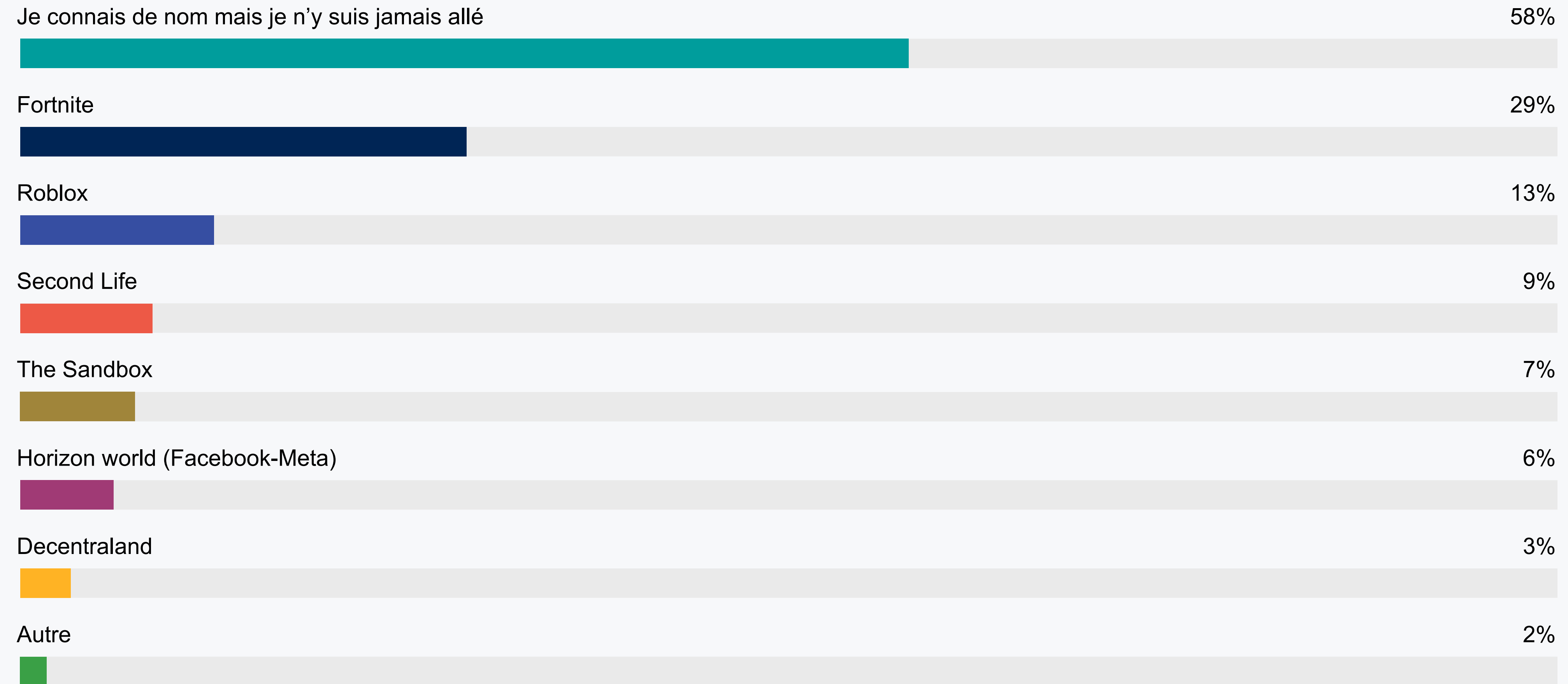
13,7% ont entre 55 et 75 ans

*Source omnibus Ipsos Digital 28 Jan 2022 (base 1001), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.

Ipsos

Avez-vous déjà utilisé l’une de ces plateformes dite « Métaverse » :

Base=398 (personnes connaissant le terme “métavers”



*Source omnibus Ipsos Digital fin Jan 2022 (base 1001), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.

Un ancrage qui reste fort dans le monde du jeu-vidéo & des réseaux sociaux

Qu'avez-vous fait dans un ou plusieurs des métavers ?

22 Janvier 2022

Base=170

« Le jeu avec des amis, l'intérêt il est là.
Ca change tout ! »
Valentin

51%

y ont joué

« On peut faire un groupe avec des gens extérieurs, très souvent on tombe sur des Anglais ou même des Français. Et du coup, on discute un peu…pourquoi pas continuer l'aventure ensemble? »
***Théo**.*

27%

ont interagi avec des amis

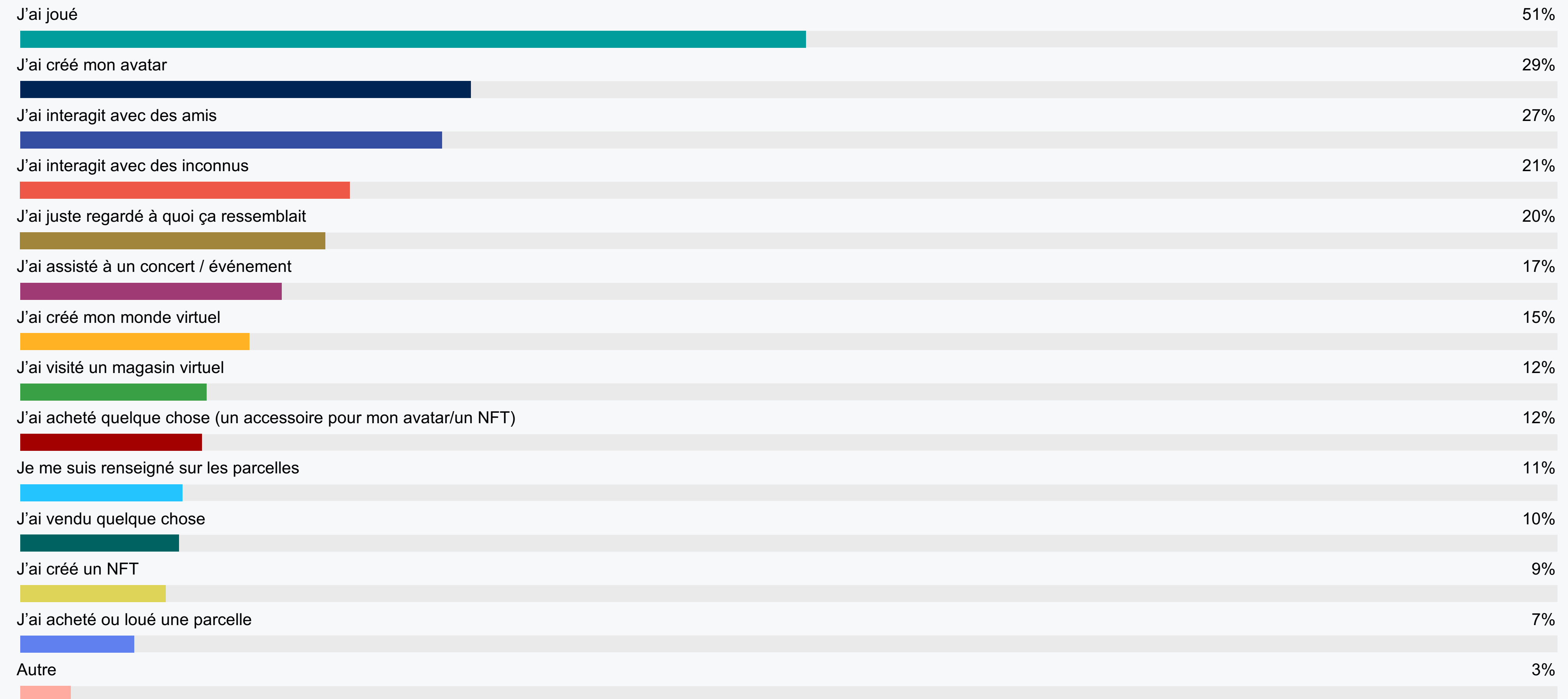
21%

ont interagi avec des inconnus

**Source omnibus Ipsos Digital 28 Jan 2022 (base 1001), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.*

Qu’avez-vous fait dans un ou plusieurs des métavers ?

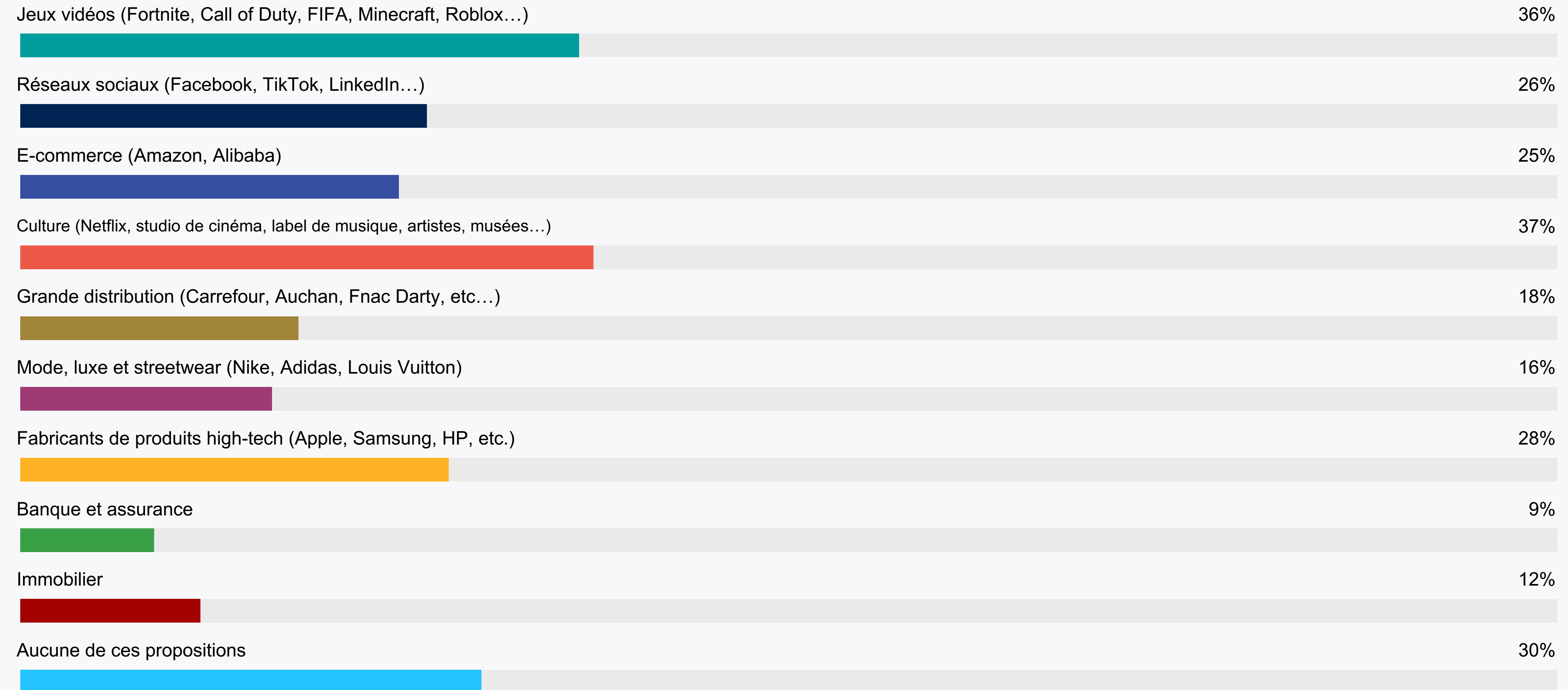
Base=170 (personnes connaissant et ayant déjà utilisé le Métavers)



**Source omnibus Ipsos Digital 28 Jan 2022 (base 1001), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.*

Quel(s) type(s) d'acteur(s) serai(en)t selon vous légitime(s) dans le Métavers ?

Base=1000 **No filters applied.**



**Source omnibus Ipsos Digital 14 Jan 2022 (base 1001), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.*

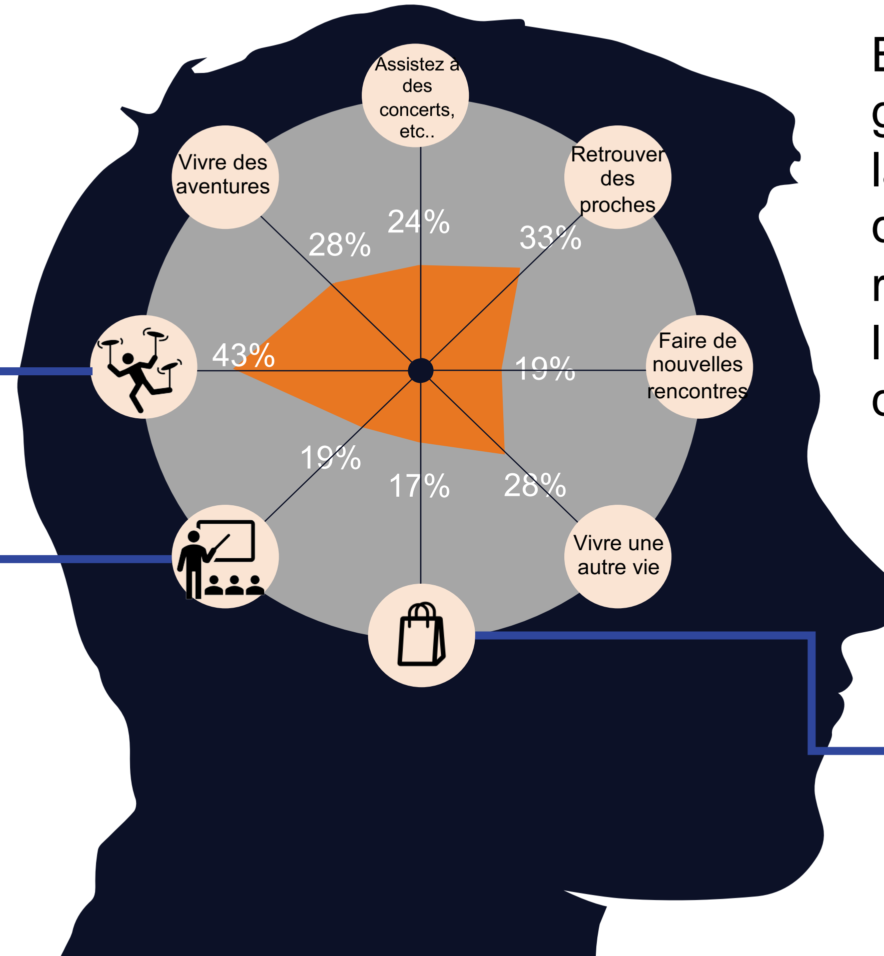
Des usages projetés source d'opportunités.

Imaginez-vous dans ce « Métavers », qu'aimeriez-vous le plus faire dans ce monde virtuel ? Et en deuxième ? Troisième ?

14 Janvier 2022

Base=1000

M'évader dans un endroit différent



Suivre des formations

Bien qu'encore trop immature – accessibilité, graphismes, UX en général -- le métavers laisse imaginer un très grand nombre d'applications possibles dans un futur relativement proche : magasins virtuels avec livraison à domicile, réunions ou conférences, divertissements…

«L'application elle a un sens. C'est de pouvoir essayer l'objet avant de l'acheter.»
Jérôme.

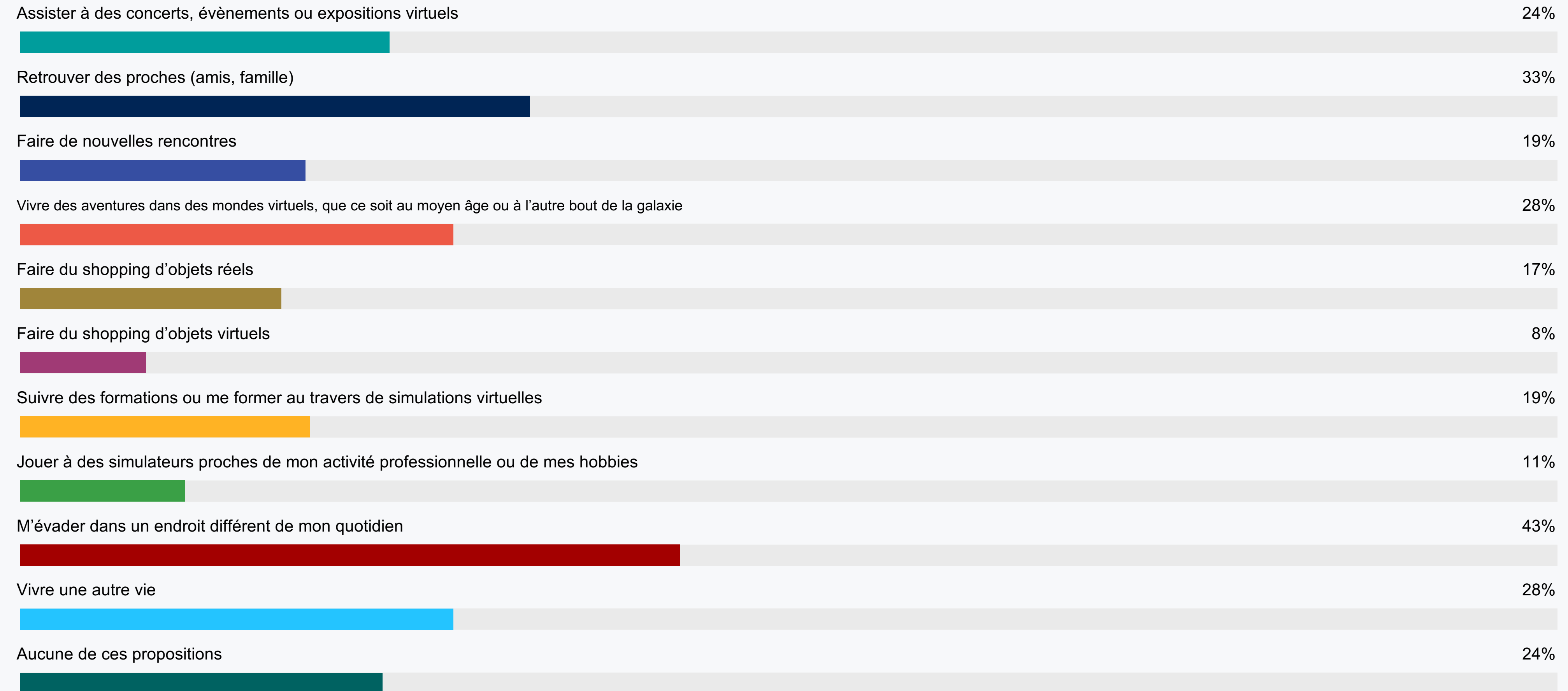
Faire du shopping d'objets réels

**Source omnibus Ipsos Digital 14 Jan 2022 (base 1001), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.*

Ipsos

Imaginez-vous dans ce « Métavers », qu'aimeriez-vous le plus faire dans ce monde virtuel ? Et en deuxième ? Troisième ?

Base=1000 **No filters applied.**



**Source omnibus Ipsos Digital 14 Jan 2022 (base 1001), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.*

Un nouveau monde qui soulève des inquiétudes.

Diriez-vous que le concept de Métavers (Meta-universe)...
(2 réponses à donner par ordre d'importance)

Novembre 2021

Base=246 (personnes ayant déjà entendu parler du métavers)

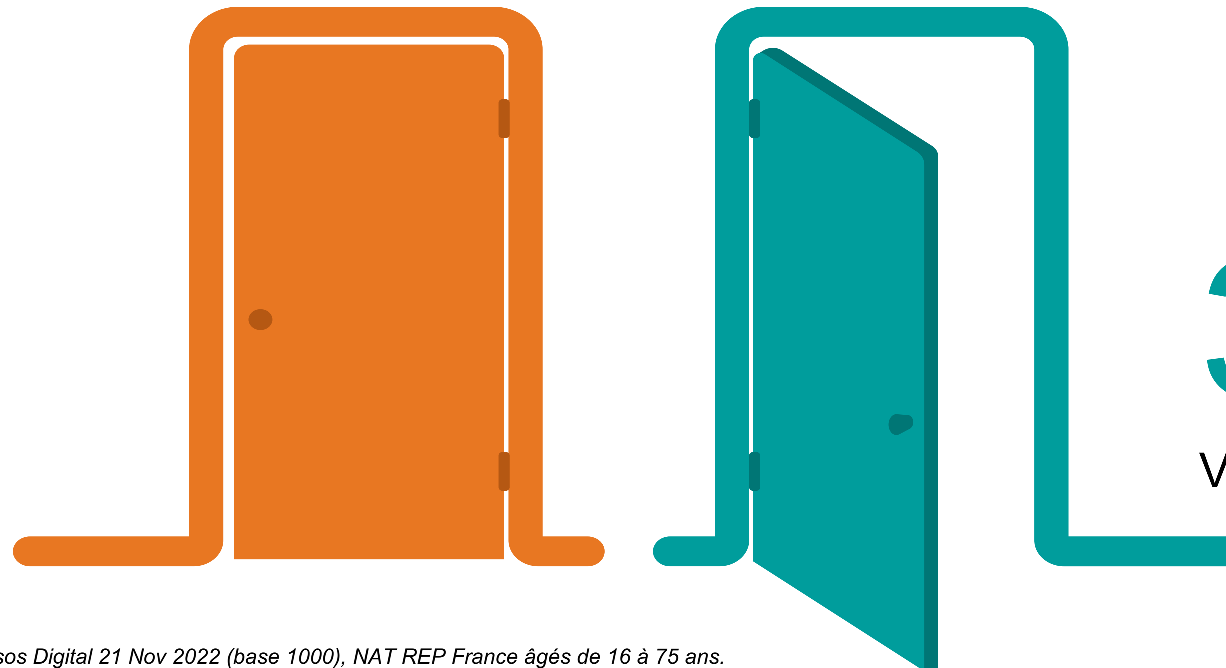
Protection des données personnelles, problématique de modération des contenus et des utilisateurs, addiction – particulièrement chez les plus jeunes – et incompréhension (32% se sentent « dépassés ») sont autant de sources de méfiance qui freine l'adhésion au métavers …

31%

Vous inquiète

29%

Vous rend suspicieux



34%

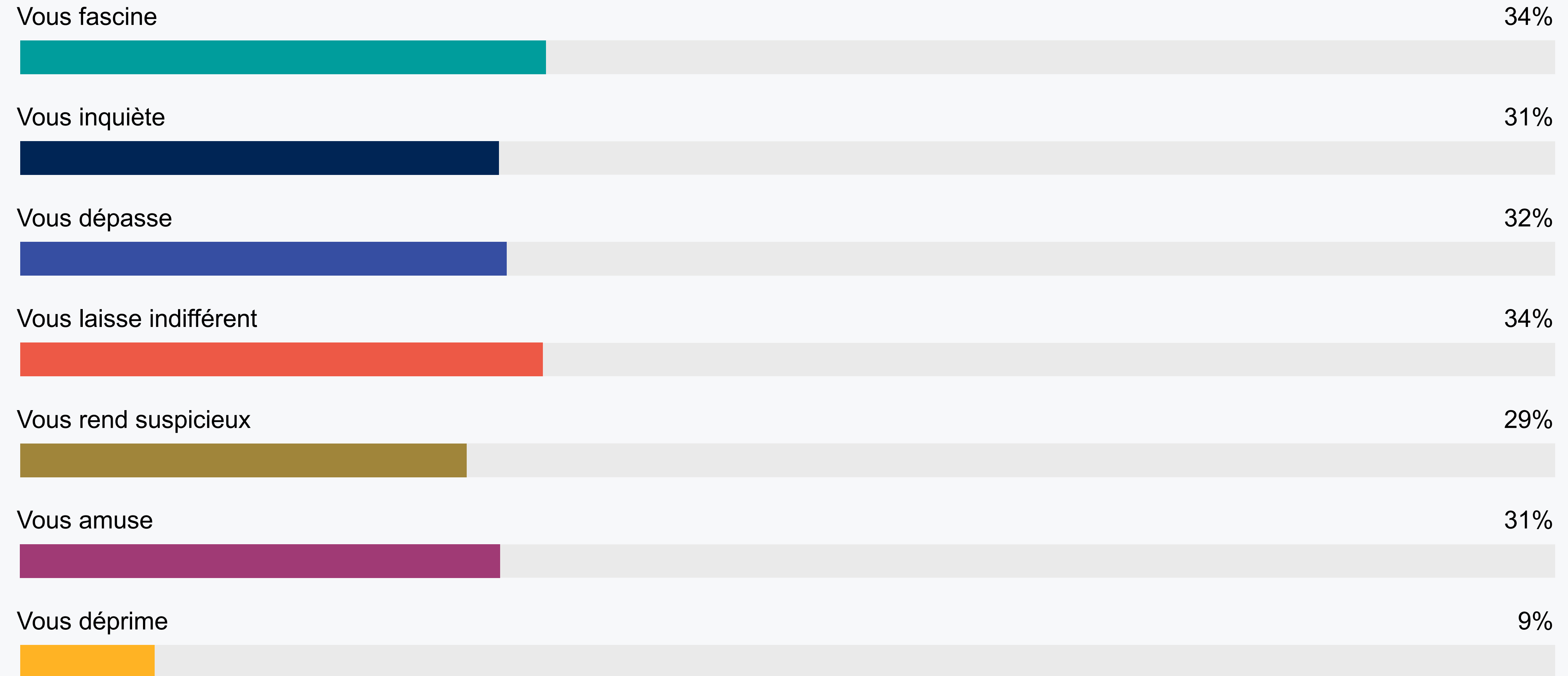
Vous fascine

**Source omnibus Ipsos Digital 21 Nov 2022 (base 1000), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.*

Ipsos

Diriez-vous que le concept de Métavers (Meta-universe)...(2 réponses à donner par ordre d'importance)

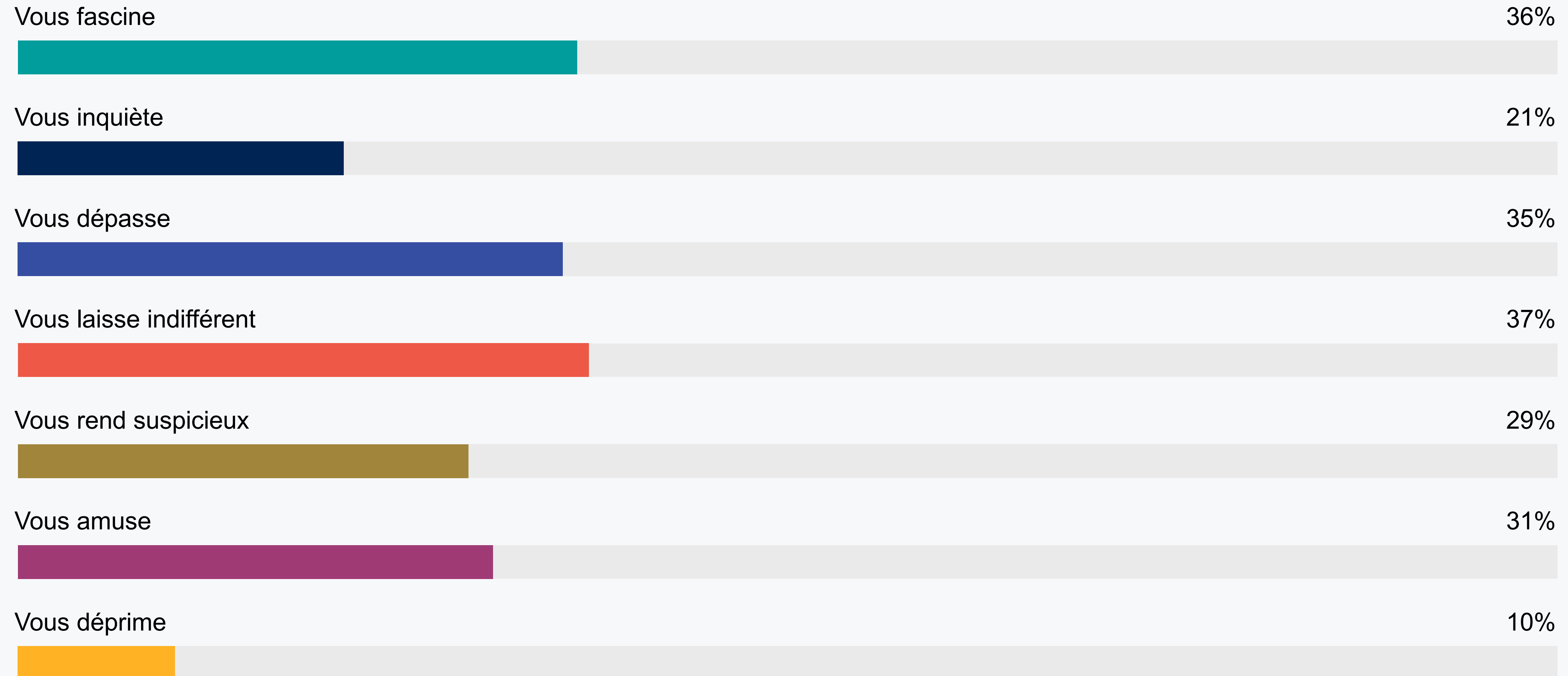
Base=246 (ayant déjà entendu parler de Métavers)



Source omnibus Ipsos Digital 21 Nov 2022 (base 1000), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.

Diriez-vous que le concept de NFT (Non-fongible Tokens)...(2 réponses à donner par ordre d'importance)

Base=129 (ayant déjà entendu parler de NFT)



 © Ipsos

**Source omnibus Ipsos Digital 21 Nov 2022 (base 1000), NAT REP France âgés de 16 à 75 ans.*


Découvrez nos vidéo-ethnographies
Ipsos

LES PARTICIPANTS RENCONTRÉS EN VIDÉO-ETHNOGRAPHIE*





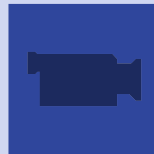
Isaac, 14 ans
Et son papa Jérôme



Valentin, 22 ans



Théo, 23 ans



Afin de visionner les vidéos issues des vidéo-ethnographies,
Merci de vous connecter au Replay du Webinar

**Usage limité. Copyright Ipsos – merci de contacter delphine.sajat@ipsos.com pour toute demande d'utilisation hors Ipsos. Utilisation possible jusqu'en 2032.*

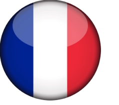
Ipsos


L'UX ET LE MÉTAVERS
Ipsos

Comment va t-il impacter l’expérience utilisateur ?

Ipsos

Mentions sur les réseaux sociaux et medias du #métavers et de l'#UX



927 mentions

ces deux dernières années incluant les deux termes Métavers et UX

*« Ceux qui crachent sur la vr vous avez déjà essayé ? **Parce que perso je trouve ça incroyable L'user expérience est folle** Ya de très bon jeux C'est quoi que vous trouvez nul ? » [à propos des projets metavers du groupe Meta (ex-Facebook)] (JV.com, 09/2021)*

« Un moyen de fidéliser les usagers en leur proposant une expérience immersive. Acheter les produits dans un métaverse d'Alibaba « comme » dans un magasin physique avec la créativité visuelle sans limites, voici de quoi incarner l'expérience client en ligne, le graal du e-commerce. » (Twitter, 10/2021)

« Les "Métaverses" n'oublions pas que c'est avant tout des marques/studio qui cherchent à vendre leurs produits/espace pub plutôt que de proposer une vraie expérience cool aux utilisateurs/joueurs » (Twitter, 01/2022)

**Volumes de conversations collectées en France par Ipsos SIA et Synthesio, du 14/02/2020 au 14/02/2022, sur les médias, les plateformes sociales et les forums*

Ipsos

Des expériences plus immersives…

Le Métavers va rendre plus immersives les expériences que l'on vit déjà sur internet, à savoir la navigation sur les réseaux sociaux, la visioconférence, le divertissement, le shopping, la formation…



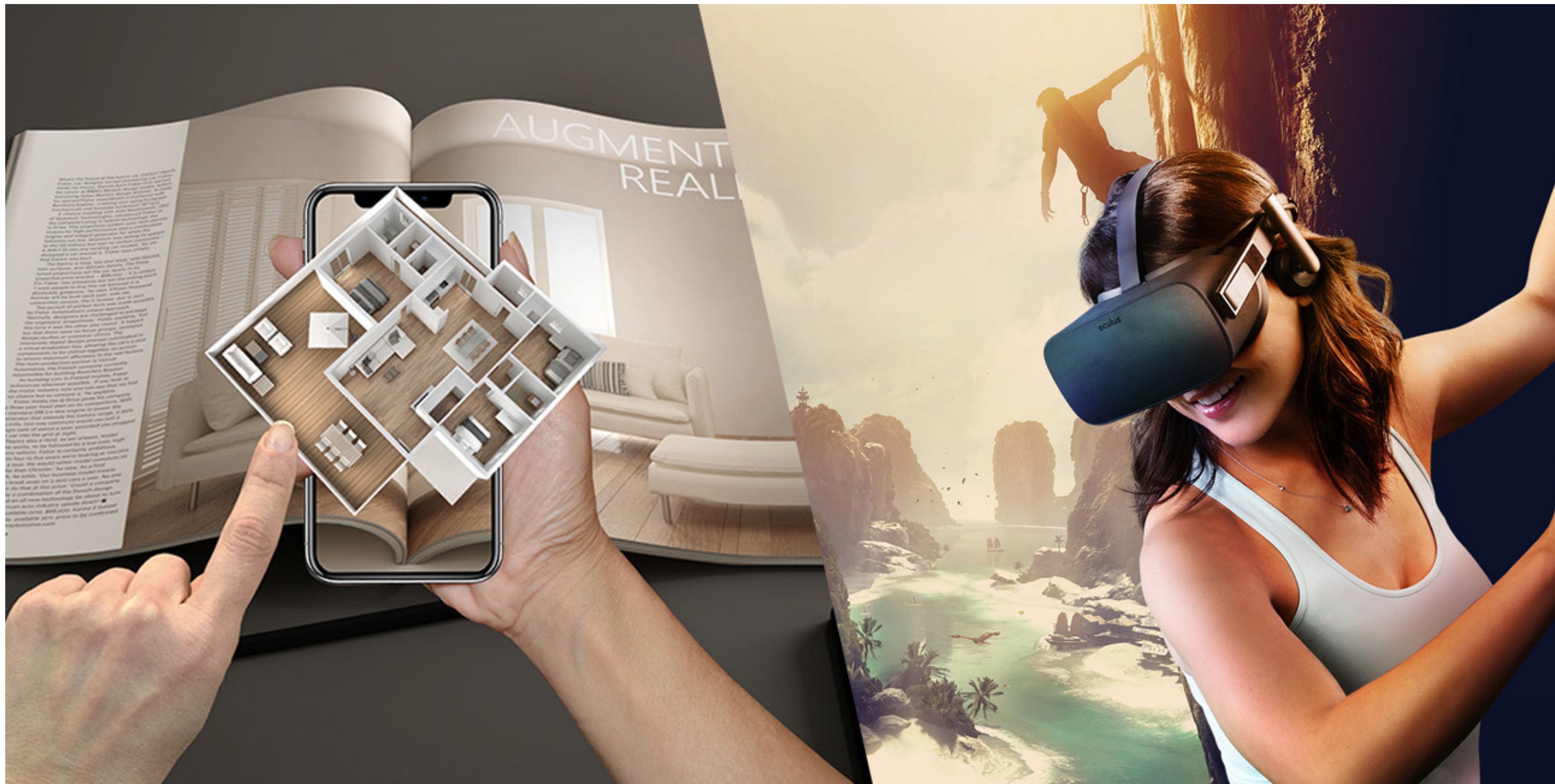
Image : Nikeland dans Roblox

Ipsos

à travers le développement de l’XR (eXtended Reality)

La **réalité augmentée** qui désigne une interface virtuelle, en 2D ou en 3D, qui vient enrichir la réalité en y superposant des informations complémentaires.

La **réalité virtuelle** qui place directement l’utilisateur au sein d’un environnement 3D.



Ipsos

Mais les expériences resteront multicanales.

Le Métavers n'a pas vocation à tourner en vase clos *:* internet tel qu'on le connait ne devrait pas disparaître. On va avoir des **ponts** qui se créent entre le monde virtuel persistant - les sites et application plus classiques – le monde physique

Exemple : Une paire de chaussures repérée en magasin, achetée en ligne, avec en option un skin de ces mêmes chaussures pour un avatar virtuel.

Les méthodologies de l'UX et du design thinking resteront plus que jamais pertinentes pour créer des expériences. On va continuer à **explorer les parcours des utilisateurs dans leur globalité** et mettre l'utilisateur et ses besoins au centre des approches ce conception.

Ipsos

Le développement du Métavers va renforcer certaines tendances de la recherche UX.

Ipsos

La recherche UX va devoir plus que jamais chercher à comprendre les différentes facettes des comportements des utilisateurs.

- Le gap entre le **moi privé** d’une part et le **moi virtuel** d’autre part pourrait avoir tendance à se creuser.

- Il n’y **pas un seul Métavers mais plusieurs**. Même dans le Métavers, selon l'espace dans lequel je me trouve, mes attentes et ma façon de me présenter peuvent changer.

Ipsos

Multiplicité des plateformes de Métavers











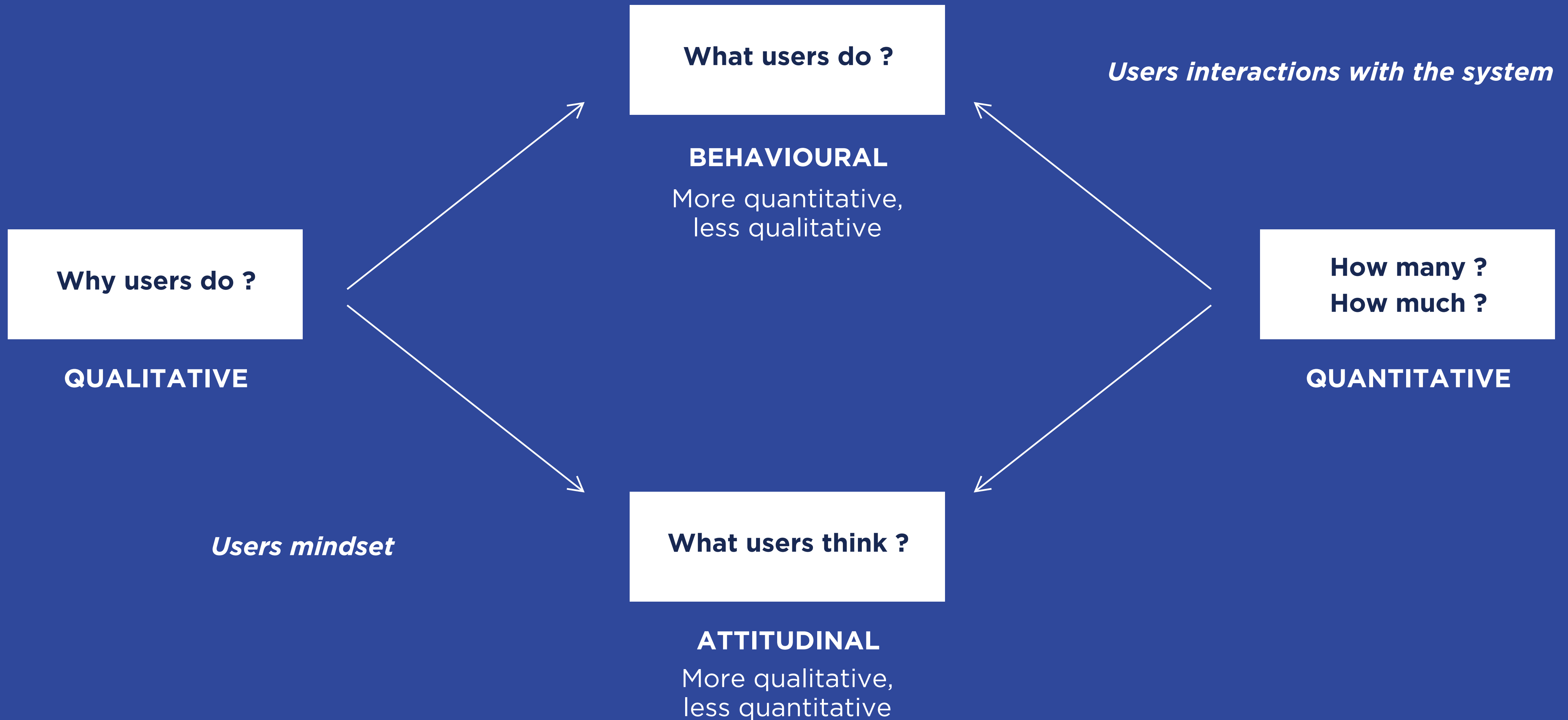


Les sources de données vont se multiplier. Combiner les différentes méthodes de recherche sera essentiel pour accroître notre vision transversale des utilisateurs.

- Qu’est-ce qu'ils cherchent,
- Qu’est ce qu’ils font dans les différents espaces ?
- Quels problèmes ils rencontrent ?

On va devoir **utiliser différentes approches** (sciences comportementales, études quantitatives, entretiens…) pour récupérer des enseignements et les assembler dans un récit cohérent.

Mixed methods research



Source : https://www.santhoshgandhi.com/

Comment va t-il impacter la conception UX ?

Ipsos

La principale révolution du métavers en termes de navigation, consiste à passer d’un internet des “pages” à un internet des “espaces”.

Les premières expérimentations montrent des environnements 3D très proches de la réalité.

- Pour faciliter l’adoption des nouvelles technologies, les designers ont souvent recours à des analogies avec le monde réel. C’est ce qui se faisait par exemple au début des applications smartphone avec le **skeumorphisme**.

- Petit à petit, au fur et à mesure que les utilisateurs ont gagné en maturité on s’est portés vers des interfaces plus « abstraites » (avec le flat design notamment).

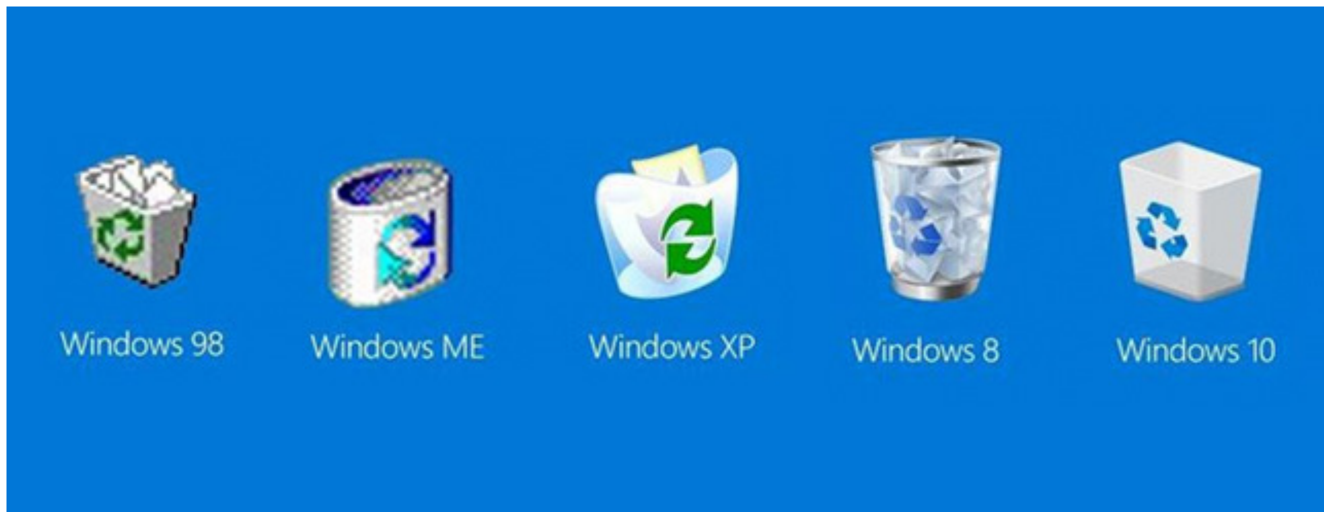
Ipsos

Skeumorphisme – exemples





Le skeumorphisme consiste à s'inspirer de détails réels pour rendre familier un élément d'interface.



Montrer une icône de poubelle pour jeter un dossier par exemple.

Ipsos

Analogies avec le réel

Sur le métavers, on revient à ces analogies avec le monde réel : **Horizon Workrooms** par exemple montre des avatars assis autour d'une table de réunion dans une salle ressemblant fortement à nos bureaux physiques.



Elle permettent notamment :

1 - de réduire les risques de désorientation des utilisateurs

2 - de « réguler » leur comportement
(on sait comment se comporter dans une salle de réunion, dans un magasin…)

Ipsos

Evolution du métier des UX/UI designers

Les principes de design avec lesquels les UX et UI designers sont familiers seront toujours utiles. Mais de **nouveaux principes** vont devoir être pris en compte autour de la spatialité, des lois du monde physique…

Ils vont donc devoir **collaborer** et d'autres corps de métiers comme des level designers (qui viennent du monde du jeu vidéo), des architectes, d'autres types de développeurs (plus seulement front et back)

Ipsos

Evolution du métier des UX/UI designers

On peut aussi se demander quels seront les **outils** et **logiciels** qui permettront aux designers de concevoir ces expériences de réalité virtuelle ?

2D



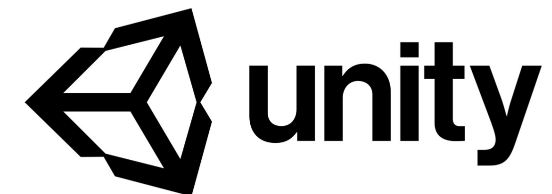






3D





Ipsos

Evolution du métier des UX/UI designers

Cela ne veut pas dire que les **systèmes de navigation plus classiques** avec des menus… vont disparaître. On aura toujours ces éléments là, comme c'est le cas dans l'univers du jeu vidéo. Sur ces parties de l'interface utilisateur, **l'ergonomie**, **l'architecture de l'info** … suivront les mêmes principes et réflexions qu'aujourd'hui.



Exemple d'UI dans le jeu vidéo.
Image : Zelda – Breath of the Wild

Comment faire des tests utilisateurs sur des expériences de réalité virtuelle ?

Ipsos

Tests utilisateurs en amont

On conseille toujours de tester des projets tôt dans le processus de design et il existe des outils pour aider à créer des **prototypes basiques** à utiliser en réalité virtuelle, comme Microsoft Maquette, Google Blocks , ShapesXR, etc.

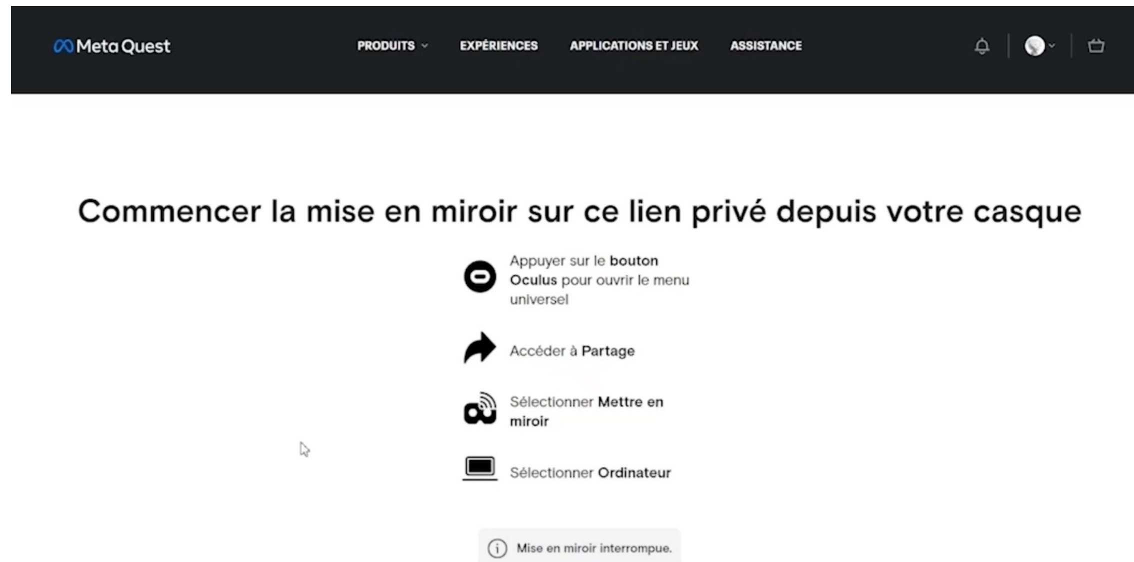


Shapes XR



Tests utilisateurs sur un environnement plus avancé

Les environnements **existants** peuvent être testés en utilisant un simple partage d'écran de l'utilisateur qui se trouve dans un environnement de réalité virtuelle (avec la possibilité d'entendre aussi les sons que perçoit l'utilisateur)





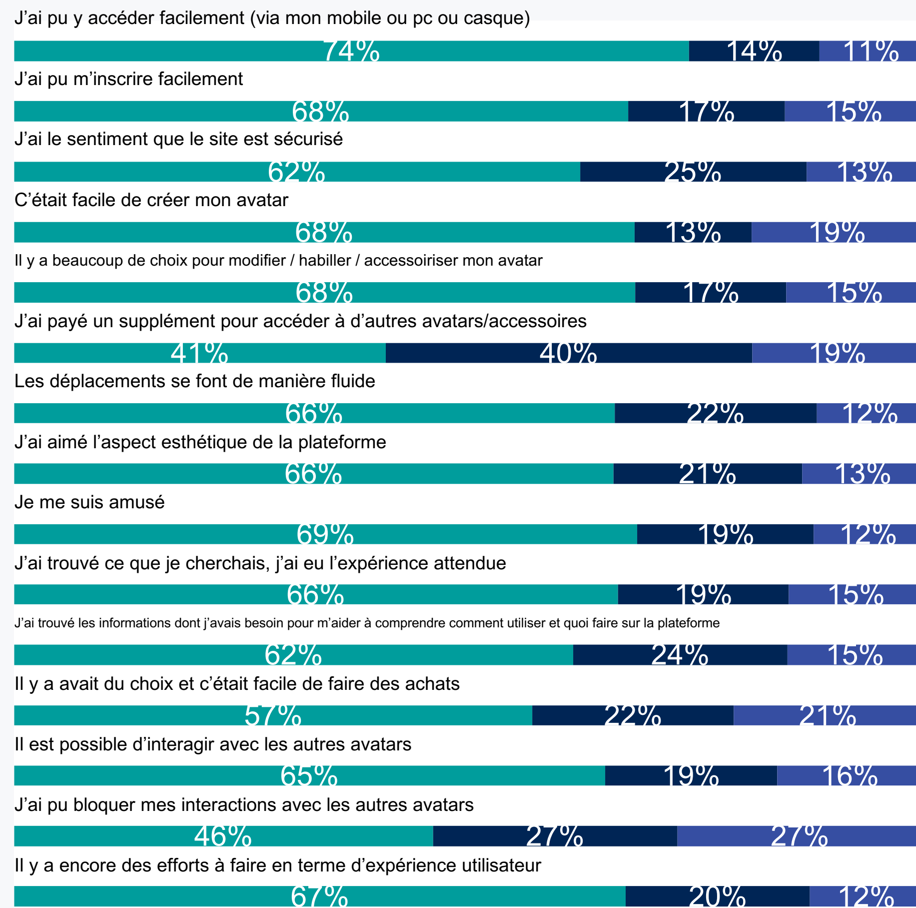
Ipsos

Les enjeux du Métavers pour les designers

Ipsos

En pensant au Metaverse que vous avez utilisé le plus souvent, qu'avez-vous pensé de l'expérience en tant qu'utilisateur ?

Base=170 (connaissant et ayant déjà utilisé le Métavers)



OUI
NON
Non concerné

 © Ipsos

En conclusion, l'amélioration de l'expérience utilisateur est clef

67% des utilisateurs français de Métavers

Pensent qu'il y a encore des efforts à faire en terme d'expérience utilisateur dans le Métavers

Un enjeu de capacité technique

Aujourd'hui, en grande partie en raison des limitations techniques, les plateformes sont perçues comme peu qualitatives. Il y a encore du chemin à faire à ce sujet d'un point de vue utilisateurs.

Ipsos

Et d’autres défis attendant les UX designers



Le storytelling

Un des grands enjeu du Métavers est le storytelling. On peut imaginer que les acteurs du Métavers devront faire preuve de plus de créativité dans la manière dont ils présentent leur contenus et leur fonctionnalités. Aujourd’hui répliquer un magasin physique dans le Métavers peut sembler un peu timide aux vues des potentialités du medium.

La segmentation des espaces

Les plateforme de Métavers aujourd’hui sont hermétiques entre elles. Elles ont des monnaies différentes, on y a des avatars différents…)

Il y a un enjeu majeur autour de la porosité entre les univers (comment transporter mes objets, mes cryptos, mon avatar… d’un Métavers à l’autre)

Une plus grande responsabilité

Enfin, les designers vont avoir une responsabilité accrue sur les questions **sociales, éthiques et environnementales** que pose le Métavers.

Merci!

Delphine.sajat@ipsos.com
Sophie.taboni@ipsos.com
Gabriel.floureusse@ipsos.com

